

Verliebt in Berlin. La adaptación alemana de Yo soy Betty, la fea¹.

The German Adaptation of Yo Soy Betty, la fea/ Ugly Betty

Lothar Mikos

Verliebt in Berlin (Enamorada en Berlín), la versión alemana de *Yo soy Betty la fea*, fue la primera adaptación europea. Se emitieron dos temporadas entre 2005-2007 y ganó la Rose d'Or en 2006. La transferencia cultural de un guión original a otro contexto cultural se refleja en el nombre elegido para el protagonista Lisa Plenske. Este artículo examina la narración y la transformación estilística de la telenovela colombiana a un formato apropiado para la cultura alemana.

Palabras clave: Yo soy Betty la fea, Verliebt in Berlin, telenovela, formatos, adaptación

Verliebt in Berlin (In love in Berlin), the German adaptation of *Yo soy Betty la fea*, was the first adaptation in Europe, broadcast from 2005 to 2007 with two seasons and Rose d'Or winning in 2006. They changed the scripts and transformed them into the German cultural context. The cultural transfer of an original script into another cultural context is almost obvious in the name chosen for the protagonist in the adaptation, Lisa Plenske. This article deals with the narrative and stylistic transformation of the Columbian telenovela into a format that was appropriate to German culture.

Keywords: Yo soy Betty la fea, Verliebt in Berlin, telenovela, format trade, adaptation.

Lothar Mikos is Professor of Television Studies in the Department of Media Studies at the Filmuniversity Babelsberg KONRAD WOLF in Potsdam, Germany. His main research interests are Audience Studies, Mediasports, Popular Television Genres and Formats, International TV Format Trade, Convergence Culture, Global Media Economy. He has published widely on film and television, mainly in Germany. E-mail: l.mikos@hff-potsdam.de

Este Artículo fue referenciado el 24 de Mayo del 2014 por la Universidad de Roma.

1. INTRODUCCIÓN

Verliebt in Berlin (Enamorada en Berlín), la adaptación alemana de *Yo soy Betty, la fea*, fue la primera adaptación de esta telenovela colombiana que se realizó en Europa. *Verliebt in Berlin* se estrenó el 28 de febrero de 2005. Consta de dos temporadas, se emitió entre 2005 y 2007 y fue galardonada con la Rosa de Oro en el año 2006. En un primer momento, la adaptación alemana tenía 225 capítulos, pero debido a su gran aceptación por parte del público alemán, la productora decidió alargarla hasta los 364 capítulos. La primera temporada finalizó el 1 de septiembre de 2006, con la emisión de un capítulo de 90 minutos de duración que incluía la boda de la heroína, Lisa, con su jefe, David. La segunda temporada giraba entorno a un héroe masculino, el hermanastro de Lisa, Bruno; pero sin Lisa, interpretada por la actriz alemana Alexandra Neldel, la telenovela no obtuvo buenos resultados de audiencia y tan solo la aparición de Lisa como actriz invitada en algunos de los episodios de la segunda temporada consiguió cosechar algo más de éxito. Tras 645 episodios, *Verliebt in Berlin* desapareció de las pantallas alemanas.

Sin embargo, *Verliebt in Berlin*, no había sido la primera adaptación de la telenovela a nivel mundial. Además de haber sido doblada y emitida en varios países como, *Yo soy Betty, la fea*, fue vendida por la productora Colombiana RCN Televisión a Televisa, la gran cadena mexicana, que la produjo en México con un título ligeramente diferente, *La fea más bella*. Mientras tanto, *Yo soy Betty la fea* atraía la atención de importantes compañías de medios de comunicación, como Sony Pictures Television International, Buena Vista International Television, y FremantleMedia, las cuales comenzaron a producir y a coproducir la telenovela para los mercados más dinámicos y atractivos comercialmente.

Sony fue la primera compañía en comprar la licencia para realizar adaptaciones de *Yo soy Betty, la Fea*. Durante un cierto tiempo, *Betty* estuvo en el catálogo de formatos de Sony, viajando por ferias comerciales y festivales, y fue producida en India (*Jassi Jaissi Koi Nahin*, 2002) y en Rusia (*Ne Rodis' Krasivoy*, 2005). Ambas versiones “cosecharon audiencias en prime-time de entre el 35 y el 40% de share” (Alvarado 2006)².

En 2005, FremantleMedia compró a Sony los derechos de adaptación de *Betty*. Tal y como sostiene Tony Cohen, presidente de FremantleMedia, 2006 fue el año de las telenovelas: “Hemos sido la primera compañía en conseguir que funcionasen en Europa”. Hasta hace poco las telenovelas eran sobre todo los países de Europa Central y del Este. Ahora, importantes mercados, como Alemania, Francia e Italia, están produciendo sus propias novelas”. (Carugati 2006)

La productora alemana Grundy UFA compró el guión original colombiano a RCN (a pesar de que Grundy UFA es una filial de FremantleMedia y esta última ya poseía los derechos de adaptación), y lo cambió transformándolo y adaptándolo al contexto cultural alemán: “Mientras que la versión rusa permanecía fiel a los ingredientes

cómicos de la Betty original, la versión alemana, producida por FremantleMedia a través de su compañía Grundy UFA, era completamente diferente. La producción casi cinematográfica de *Verliebt in Berlin* y su dramatización fueron todo un éxito para la cadena comercial Sat1” (Alvarado 2006).

La transposición cultural de un guión original a un contexto cultural diferente se pone de manifiesto en el nombre elegido para la protagonista de la adaptación. Mientras que en el programa original colombiano la protagonista principal se llama Beatriz Pinzón Solano (o Betty, si la llaman por su sobrenombre), el nombre de la heroína en la adaptación alemana se transformó en Lisa Plenske³.

3. EL MODELO NARRATIVO

El modelo narrativo de las telenovelas, del cual proviene la historia original de Betty, puede ser delineado de acuerdo con una dimensión semántica⁴, una dimensión sintáctica, y una dimensión pragmática⁵ (Mandoki 2002:18 y siguientes). La dimensión sintáctica implica, por ejemplo, una serie de personajes predeterminados: “la víctima, el protector, el tonto y el villano. La historia evoluciona a través de los típicos puntos de inflexión: (1) un cambio radical de personalidad o metamorfosis, (2) la revelación de un secreto de grandes consecuencias, y (3) el reconocimiento de la identidad o *reconocimiento*” (ibid.: 190, sic).

Aunque lo que más me interesa no son los elementos semánticos ni los sintácticos de la telenovela, construida de hecho mediante un arco narrativo muy largo, creo que es necesario subrayar que el personaje de Betty originalmente se imagina y se concibe con una divergencia parcial respecto a las mencionadas características sintácticas. Betty no es una víctima, ni un protector, ni tampoco un tonto, ni un villano, aunque estos personajes aparezcan entre el reparto principal y quizás puedan detectarse en algunas de las actitudes de Betty (sobre todo la víctima y el tonto).

La fea colombiana se construye en un registro cómico, rompiendo, de alguna manera, la convención de género de la telenovela y dando, así, a todo el serial un “clima cómico” (Mast, 1979), que es muy poco común en una telenovela tradicional: “Si la comedia representa, en efecto, temas de vida y muerte, entonces la razón por la que dicha representación sigue siendo cómica es porque *no se ha tratado como si fuera* una cuestión de vida o muerte. En un momento dado, dicho mecanismo llevará a la audiencia a reflexionar sobre el hecho de haber sido inducida a engaño al tomarse lo supremamente serio como trivial – una reflexión que constituye precisamente el objetivo de muchas de las comedias contemporáneas” (Mast, 1979:9, sic). Mi objetivo es, por lo tanto, detectar esas “series de signos que nos dan a entender que la acción está teniendo lugar en un mundo cómico, que será ‘divertido’ (incluso cuando en algunos momentos no lo sea), que vamos a disfrutar y a no preocuparnos” (ibid.) por las desgracias de Betty.

A pesar de su extraña apariencia, la Betty colombiana es inteligente, irónica, auto reflexiva y profundamente consciente de ser un “patito feo”. Sin embargo, en vez de centrarse en sí misma y en sus problemas para encontrar un trabajo, Betty parece sentirse tranquila – ella es Betty “la fiera”, de acuerdo con Collazos (2000) – incluso cuando es discriminada abiertamente por no ser guapa. Lo que vuelve ridículas las situaciones en las que aparece, es la existencia de momentos de humor, donde la comedia es no-verbal y, sobre todo, está construida en torno a la torpeza de Betty realizando tareas básicas, como caminar por la calle, coger cosas, chocar con la gente, con las puertas, con las paredes... Su torpeza, junto con su fealdad – que realmente es una colección de detalles feos de una chica ordinaria – hacen que la gente se ría. *Verliebt in Berlin* muestra a Lisa como una especie de extraterrestre, cuyo principal problema es cómo sobrevivir en la gran ciudad y en una empresa de diseño de moda ultra-chic, cuando ella proviene del campo.

Las humorísticas representaciones y las *payasadas* de estas heroínas poco sofisticadas (pero de bondad natural), llenan la pantalla de información visual adicional, que hace que la narración tenga más significado: cuestiones de vida y muerte, como ser fea, estar en paro y de alguna manera estar reprimida por la familia, son tratadas como si no fueran problemas reales, operando una especie de extirpación. Observando la representación del personaje principal, parece que el clima cómico que las diferentes Betty transmiten a sus telenovelas es funcional a la anticipación del final feliz⁶ requerido por el género y esperado por la audiencia, pero no al estilo general convencional de esta fórmula televisiva.

A diferencia de las telenovelas tradicionales, las cuales según Mandoki (2002:190) “desarrollan mucho mejor la idea aristotélica de Complicación que la de Clarificación Final porque, normalmente y en la mayoría de los casos, se inyecta artificialmente un final feliz torpe e improvisado durante el último capítulo, cuando todos los problemas desaparecen milagrosamente”, *Yo soy Betty, la fea* y sus adaptaciones, mantienen el progreso hacia el clímax principal de la historia, construyendo una serie de signos cómicos que de forma regular predicen los últimos cambios radicales, sin inscribirlos en un estilo narrativo de cuento de hadas. Como resultado, estas telenovelas muestran un estilo más innovador que las otras, introduciendo personajes muy poco convencionales y rompiendo las fórmulas estereotipadas en la evolución de la historia – pero también sus técnicas de iluminación y de rodaje – con lo que resultan mucho más atractivas para diferentes tipos de audiencia.

4. OTRAS VERSIONES

Ugly Betty, la adaptación de *Yo soy Betty la fea* en Estados Unidos mantiene claramente la distancia con el modelo de la telenovela, así como con el del serial, su homólogo norteamericano. Sin embargo, el *dramedy* comparte temas y evoluciones argumentales con ambos, con la telenovela y con el serial. Es más, en *Ugly Betty* se

cita de forma habitual la telenovela como un tema más: Ignacio Suárez, el padre de Betty, es un (moderado) fan de la telenovela mexicana *Vidas de fuego*, cuyas entregas se ven de forma regular en la televisión de casa de los Suárez. A través de esta referencia explícita, la serie realiza un guiño semántico y sintáctico al mundo de las telenovelas, produciendo al mismo tiempo una paradoja: en dicho mundo, las telenovelas no se muestran o simplemente no existen (Savorelli, 2008:130).

No hay narración sin conflicto. Esta máxima se remonta generalmente a las reglas de oro originalmente expresadas por Aristóteles en su *Poética*: la esencia de la tragedia es un conflicto que no es posible resolver, mientras que la comedia se basa en el choque de diferencias que generan conflictos inesperados. Como en el teatro griego, en la televisión el conflicto es el motor de la historia y el corazón de la representación de la mayoría de programas: desde los *talk-shows* hasta los *reality shows*, desde los concursos hasta los seriales dramáticos y, cuanto mayor es el número de personajes, más evidente es el conflicto. La historia de Betty se alimenta de conflictos que surgen de sus relaciones con los otros personajes y de sus interacciones. Para describir los conflictos originales de la telenovela colombiana que han sido reintroducidos en la adaptación alemana, es necesario presentar a los personajes que dan vida a la historia.

Los personajes principales pertenecen a dos grandes mundos: el de la empresa y el de la familia de Betty. El mundo de la empresa está controlado por el viejo fundador y dueño de la compañía/revista de moda. Está, además, al hijo pequeño del fundador, un mujeriego, que es o va a ser el nuevo presidente de la compañía, y su prometida (la que va a ser su esposa), una mujer sofisticada y celosa, que es hija del co-fundador de la compañía/revista de moda y miembro de la junta directiva (siempre se la sitúa en algún tipo de puesto de dirección). La prometida tiene un hermano, un accionista de la empresa traicionero, quien presenta una fuerte rivalidad con el personaje principal masculino.

Además, Betty tiene una rival que es la secretaria del director; una chica guapa (pero nada profesional), muy ambiciosa y amiga íntima de la prometida del presidente, que se dedica a controlar e informar sobre los muchos líos amorosos del director. La industria de la moda muestra un (no siempre declarado) personaje homosexual, un diseñador o asistente creativo, autoridad en estilo y moda, quien desprecia a Betty y disfruta humillándola.

Finalmente, *el cuartel de las feas* es un grupo de secretarías y asistentes, a quienes se les hace el vacío a consecuencia de su aspecto, exactamente como le pasa a Betty. Estas mujeres ayudan a Betty a encontrar la calma y funcionan como un respiro cómico: cada una de ellas tiene “un sobrenombre relacionado con su característica física deficiente: el personaje alto y desgarbado es *La Jirafa*, mientras que *La Pechugona* tiene una gran talla de pecho. El único personaje negro es *La Negra*; su característica “fea” es obviamente el color de su piel” (Masi de Casanova, 2004:291).

Desde su puesto en la compañía, Betty y sus amigas observan el glamouroso mundo de la moda, cotillean sobre las modelos que trabajan en él y se ayudan unas a otras con sus problemas.

5. MUNDOS NARRATIVOS Y CONFLICTOS

En lo que se refiere al mundo de la familia de Betty, ésta tiene unos padres sobreprotectores y exigentes, quienes han intentado resguardarla de la brutalidad del mundo exterior y de las burlas de sus vecinos y de sus compañeros de clase adolescentes. Betty no tiene hermanos ni hermanas y tan sólo cuenta con un leal amigo de infancia, con aspecto de empollón, el único que tiene permiso para ver a Betty en su lugar de trabajo y que también se encuentra habitualmente en la casa familiar. Este esquema general se conserva de forma tosca en la adaptación. Algunas funciones narrativas pueden variar de un personaje a otro o quizás ser añadidas, pero esto solo pasa en roles secundarios como el del rival del director, el personaje homosexual, el *cuartel de las feas* y el amigo de Betty.

En el mundo de la empresa se pueden delinear varios conflictos: la oposición entre el padre (quien normalmente está a punto de retirarse) y su hijo inexperto; la rivalidad entre el hijo del dueño y su competidor por el mismo puesto; el reto entre Betty y la otra secretaria, que se convertirá en una rivalidad amorosa más intensa entre Betty y la amiga de la secretaria, la prometida del director. Como una extensión del mundo de la empresa, la vida privada y los líos amorosos del joven ejecutivo producen complejos conflictos entre él, su prometida y las otras mujeres con las que mantiene relaciones.

En el hogar de Betty, los conflictos principales se producen entre los padres de Betty y *la fea*. Después de muchos fracasos, Betty está decidida a conseguir un trabajo y acepta uno como secretaria, un puesto que está muy por debajo de sus capacidades intelectuales. Sus padres, una pareja de clase media que vive en una casa respetable, desaprueban la elección y no comprenden por qué está tan convencida.

Tal y como se ha señalado con anterioridad, para poder entender por completo el solapamiento de las elecciones dramáticas de las adaptaciones hay que conocer la cadena de eventos y sus conexiones narrativas. El análisis muestra que la adaptación alemana mantiene el marco de los conflictos que surgen de la telenovela colombiana. De hecho, el primer capítulo examinado señala claramente los principales conflictos por la sucesión de la compañía y la relación conflictiva entre el hijo del dueño de la empresa y su novia. El mismo aire de misterio puede encontrarse en el final del primer capítulo alemán, en el que el joven directivo, tropieza y cae en una piscina bajo los efectos del alcohol, de donde es rescatado por la Betty alemana, Lisa. Finalmente, al igual que en su trabajo, el ambiente de la casa de Lisa mantiene el conflicto principal entre Betty y sus padres. La familia se opone al trabajo de Lisa pero en la adaptación

se crean diferentes grados de conflicto: cuanto más se pone a prueba la familia por el sufrimiento padece, más complejo es el conflicto y más se extenderá su narración en la economía del primer capítulo⁷.

En lo referente al primer episodio, el resto de las familias de la telenovela colombiana y de la adaptación alemana representan la idea de que el hogar es normalmente el lugar donde los conflictos se resuelven (y no son alentados), incluso aunque puedan ser desagradables para la protagonista. Por el contrario, los conflictos habitan en el mundo de la empresa/revista de moda donde sólo unos pocos serán resueltos al final de la temporada. De cualquier forma, a diferencia de los procesos de escritura de la telenovela, donde los arcos de la historia se planean con mucha antelación, en el *dramedy* de Estados Unidos las prácticas de trabajo del episodio piloto están “sujetas a los dictados de la cadena y las vicisitudes de los ratings [...]”. No tienen un final definitivo a la vista por lo que es difícil predecir la longitud de un argumento en particular” (Akass y McCabe, 2007), y esto explica que tanto los conflictos de trabajo de Betty como la vicisitudes con su familia sean igualmente centrales en la narrativa.

En la adaptación alemana, al igual que en la versión original, la tragicómica heroína es introducida visualmente de formas diferentes. En la adaptación alemana, la atención de los espectadores se dirige a la apariencia de Lisa, mientras que en la original colombiana Betty no es visible al principio y en su lugar se utiliza una cámara subjetiva como punto de vista de los planos. Tal y como Bordwell y Thompson (1993) han descrito: “Quizás veamos planos desde el punto de vista de un personaje o escuchemos sonidos tal y como el personaje los escucharía (lo que los grabadores de sonido llaman ‘perspectiva sonora’). Esto ofrecería un alto nivel de subjetividad, lo que podríamos llamar *subjetividad perceptiva*” (ibid.:78, sic).

En Colombia los espectadores son introducidos en la historia a través del punto de vista subjetivo del personaje de Betty. El espectador sigue su punto de vista mientras ella se dirige al edificio de la firma de moda (llamada *Ecomoda* en Colombia). La audiencia puede ver las reacciones que produce la apariencia de Betty en las caras de los transeúntes, el personal de seguridad, los empleados de la compañía de moda y las otras aspirantes al puesto de secretaria en la empresa. Al principio, los espectadores no saben qué causa dichas reacciones. En la versión colombiana, el espectador no ve por primera vez a Betty hasta que no transcurren cuatro minutos y medio. Su primer plano tiene lugar durante la entrevista de trabajo, en la cual su “guapa” rival (Patricia, en Colombia) también está presente. El personaje principal aparece en un plano medio. Hasta ese momento, la atención de los espectadores se dirigía a través de planos medios y primeros planos a los encantos exteriores de las aspirantes competidoras. Mientras la entrevista prosigue, la cámara se acerca a Betty, y llama la atención sobre sus gafas y el aparato de sus dientes – accesorios diseñados para subrayar su fealdad.

6. ESPACIO Y ESCENARIOS

La adaptación alemana comienza, tras la secuencia de títulos, con un plano general de la Postdamer Platz en Berlín. El siguiente plano muestra la salida de la estación de tren donde el personaje principal, Lisa, se encuentra entre la multitud que se dirige hacia las escaleras mecánicas. Gradualmente, la cámara la escoge entre la multitud. Sin embargo, a nivel de sonido, ya se puede escuchar la narración en voz *over* de Lisa hablando de su solicitud de trabajo como secretaria en Kerima Moda y de su llegada a Berlín. La narración en voz *over* puede entenderse como un “comentario interno explicando los pensamientos del personaje” o, en palabras de Bordwell y Thompson (1993:78), como “subjektividad mental”. En la introducción visual del personaje principal, sin embargo, hay grandes diferencias entre las versiones colombiana y alemana. La voz *over* de la narración es una característica común de la adaptación alemana. En ambas versiones, los espectadores se familiarizan con la heroína a través de la subjektividad mental o perceptiva, es decir, dejando al espectador ver el punto de vista del personaje principal.

Mientras que no se lleva a cabo una narración subjetiva, como en la adaptación alemana, la construcción de la anticipación de los atributos del personaje principal se vuelve explícita mediante la reacción de los antagonistas, quienes a menudo conocen a Betty justo después de haberla oído hablar o tras leer su solicitud de trabajo. En pocas palabras, sea a través de un punto de vista interno o bien a través de una mirada objetiva hacia la protagonista, el formato garantiza que el espectador centrará inmediatamente su atención en el personaje principal, cuya apariencia física, sin belleza y chocando con todos los cánones del ambiente en el cual encuentra trabajo, es rápidamente relegado a un segundo lugar, sustituido por los ilimitados recursos de su personalidad.

Una discusión profunda de todos los elementos audiovisuales estilísticos – secuencias de títulos, ubicación, estilo de edición, estilo de cámara, efectos visuales, la presentación visual del diálogo, y la banda sonora – excede el ámbito de este capítulo. Sin embargo, puede ser ilustrativo echar una mirada a algunas de las diferencias y similitudes entre las adaptaciones y el original. Tanto el original colombiano como la adaptación alemana utilizan la música para acompañar la transición de una escena a la siguiente. Así, una de las semejanzas entre la adaptación y el original es que las transiciones de las escenas son anunciadas de forma audible. Mientras que *Yo soy Betty, la fea* utiliza algo la música, la alemana *Verliebt in Berlin* lo hace constantemente, sobre todo para subrayar el humor de la heroína o reforzar las situaciones románticas o cómicas. La música que se utiliza no ha sido compuesta íntegramente para el serial, sino que también incluye canciones populares de estrellas como Kylie Minogue y Robbie Williams.

Mientras que en la colombiana original los efectos visuales tienen poca importancia, la versión alemana incluye escenas que utilizan la cámara acelerada para

subrayar el estilo bufonesco de la acción cómica. También se usa la cámara acelerada en una escena de *Verliebt in Berlin*, donde el vaciar rápidamente las salas de espera indica que cada vez quedan menos aspirantes por entrevistar para el puesto de trabajo. Es más, la escena final del primer capítulo en la que Lisa rescata a su futuro jefe, David, quien está flotando inconsciente en una piscina, incluye algunos planos a cámara lenta. Los efectos visuales enfatizan el drama de estas escenas. En comparación también resulta evidente que la adaptación alemana es visualmente más rica y más dinámica. Al resolver escenas en planos individuales se utiliza un toque de cámara más versátil, incluyendo no tan sólo planos generales, medios y primeros planos, sino también una gran variedad de planos cortos. La adaptación alemana sitúa la cámara moviéndose a través del medio de la acción. En la adaptación alemana, sin embargo, Lisa está presente en el evento, donde el servicio de catering la ha empleado para servir champagne.

Aunque Lisa todavía se encuentra a nivel personal fuera del mundo de la moda, tal y como sus torpes acciones ponen en evidencia, espacialmente está en el centro de todo – al final del primer capítulo es arrastrada dentro del conflicto dramático. El estilo de edición de la adaptación alemana es también más dinámico, ya que las escenas individuales utilizan más planos diferentes que la colombiana original. En *Verliebt in Berlin*, la presentación visual del escenario también es importante y conlleva el uso prominente de un plano general de situación de la Postdamer Platz de Berlín.

7. CONCLUSIONES: AUDIENCIAS Y FORMATOS

Sin embargo, en el mercado internacional de televisión, la relación de la audiencia con los formatos televisivos no sólo se ve influenciada por el uso de los medios y de los procesos de producción de significado, sino también indirectamente, en relación a las adaptaciones locales. Además de las series originales importadas de otros países, las adaptaciones domésticas de series y programas se emiten igualmente en los mercados nacionales. En dichas adaptaciones, los temas y contenidos, las convenciones narrativas y el estilo visual de los formatos importados se modifican para adecuarse a las condiciones del mercado local. Las adaptaciones de programas de televisión son “(re-)interpretaciones y (re-)creaciones” (Hutcheon, 2006:172). Las adaptaciones transculturales en el mercado televisivo global ajustan el contenido y los temas de los programas, pero al mismo tiempo, crean formatos híbridos que entremezclan convenciones y vocabulario de diferentes géneros.

Yo soy Betty, la fea y su adaptación alemana muestran características de formatos híbridos en tanto que integran elementos de géneros diferentes en la estructura básica de la telenovela. En este sentido, el formato cumple con los requerimientos del mercado televisivo global, ya que sus diferentes elementos pueden mezclarse de forma diferente en la adaptación local sin alterar excesivamente la estructura básica de la marca original. Tras haber emitido telenovelas brasileñas en versiones dobladas décadas atrás, *Verliebt in Berlin* fue el punto de inicio de un boom de telenovelas alemanas

de producción propia, como *Wege zum Glück* (Camino hacia la felicidad) y Rote Rosen (Rosas Rojas), que han tenido un cierto éxito.

Traducción del alemán de María Luz Sánchez

NOTAS

1. Me gustaría agradecer a Marta Perrotta (Università Roma Tre) por su mucha inspiración y por nuestro análisis comparativo conjunto de *Yo soy Betty, la fea* y de sus adaptaciones en Alemania, Rusia, España y los Estados Unidos (Mikos/Perrotta, 2008).
2. *Yo soy Betty, la fea* es una telenovela escrita por Fernando Gaitán, producida y emitida en Colombia por la RCN, entre 1999 y 2001, que cuenta la historia de Betty, una poco atractiva aunque eficiente secretaria de una compañía de diseño de moda, quien se enamora de su encantador jefe.
3. En relación con la proximidad cultural, la elección de los nombres de las heroínas tiene que ser cercano a la historia cultural del país donde la adaptación tiene lugar: Leticia en México, Jasmeed en India, Maria en Grecia, Lotte en Holanda, Sara en Bélgica, Esti en Israel, Nina en Eslovenia/Croacia, Gönül en Turquía, y Katya en Rusia.
4. Tal y como mantiene Mandoki, la dimensión semántica implica que la historia se construye sobre cuatro pilares fundamentales: el orden moral (el malvado debe pagar por sus fechorías, el bueno debe ser compensado por su buena suerte), la exhibición de emociones hiperbólicas, la habilidad de los personajes de tener sentimientos y la restauración de la familia tras mostrarse sus conflictos.
5. En su dimensión pragmática, las telenovelas construyen su relación con la audiencia, cuyo interés en el género reside más en realizar una operación de recepción estética que una simple interpretación del significado.
6. En *Yo soy Betty la fea* el final feliz consistirá en un cambio de apariencia radical de Betty y una relación amorosa (matrimonio) con su jefe. También Lisa tendrá el mismo final feliz en *Verliebt in Berlin*.
7. La intensidad de la narración está relacionada con la duración de los episodios, que es diferente según el país: en Alemania el episodio dura 23 minutos mientras que en Colombia dura 48 minutos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- AKASS, K. AND MCCABE, J. (2007) 'Not So Ugly: Local Production, Global Franchise, Discursive Femininities, and the Ugly Betty Phenomenon', *FlowTV* 5(7), Available (consulted 21 January 2008): <http://flowtv.org>
- ALVARADO, M.T. (2006) 'Big Love, Big Business', *Worldscreen.com*, June 2006, Available (consulted 15 January 2008): <http://worldscreen.com/print.php?filename=novelas0606.htm>
- Bordwell, D. and Thompson, K. (1993) *Film Art. An Introduction* (4th edition), New York: McGrawHill
- CARUGATI, A. (2006) 'FremantleMedia's Tony Cohen', *Worldscreen.com*, June 2006, Available (consulted 27 January 2008): <http://worldscreen.com/interviewsarchive.php?filename=cohen0606.htm>
- HUTCHEON, L. (2006) *A Theory of Adaptation*, New York: Routledge
- MANDOKI, K. (2002) 'The Secret Door: Reception Aesthetics of Telenovela', in Lorand, R. (ed.), *Television. Aesthetic Reflections*. New York: P. Lang, 181-211.
- Masi De Casanova, E. (2004) 'No Ugly Women: Concepts of Race and Beauty among Adolescent Women in Ecuador', *Gender & Society*, 18 (3), 287-308
- MAST, G. (1979) *The Comic Mind. Comedy and the Movies* (2nd edition), Chicago: University of

Chicago Press

MIKOS, L. AND PERROTTA, M. (2008) *Traveling style. Aesthetic differences and similarities in national adaptations of »Yo soy Betty, la fea«*. Paper presented at the conference “Media and Global Divides” of the International Association of Media and Communication Research (IAMCR) in Stockholm, July 2008

SAVORELLI, A. (2008) *Oltre la sitcom. Indagine sulle nuove forme comiche della televisione americana*, Milano: Franco Angeli.